

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Informasi merupakan hal yang sangat penting bagi kebutuhan manusia pada era globalisasi seperti saat ini. Seiring dengan perkembangan zaman yang disertai juga dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, salah satunya dengan kemunculan *Inter Connection Networking* atau yang kita kenal dengan internet. Dengan adanya internet yang dapat diakses di mana saja dan kapan saja dapat mempermudah para pengguna dalam mengakses berbagai informasi yang dibutuhkan, serta proses menyampaikan pesan kepada khalayak menjadi lebih efektif dan efisien karena tidak ada lagi batasan ruang dan waktu. banyak hal yang telah dihasilkan dari perkembangan teknologi ini, seperti *gadget* dan media baru.

Media baru yang mencakup teknologi informasi dan telekomunikasi di mana keduanya membentuk suatu mata rantai yang tidak dapat terpisahkan. Media baru adalah berbagai perangkat komunikasi yang berbagi ciri yang sama, yang mana selain baru juga merupakan era digitalisasi, termasuk ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi. Media baru yang dimaksud adalah jaringan internet yang dapat menghubungkan seluruh pengguna internet diseluruh dunia di dalam suatu jaringan di manapun dan kapanpun.

Salah satu fasilitas bagi pengguna yang tersedia di internet dalam bersosialisasi secara daring dapat dilakukan melalui media sosial. Media sosial

merupakan media yang di desain untuk memudahkan interaksi sosial yang bersifat interaktif dengan berbasis teknologi internet yang mengubah pola penyebaran informasi dari sebelumnya bersifat *broadcast media monologue* ke *social media dialogue*.

Berkembangnya teknologi internet semakin membawa perkembangan media sosial yang membawa arah percepatan informasi secara teks, audio dan visual pada dunia maya dan virtual dengan kebebasan yang luar biasa tanpa ada pembatas pada hal-hal yang baik, atau sesuatu yang buruk tanpa memperdulikan sesuatu yang bersifat pribadi untuk dibagikan secara umum.

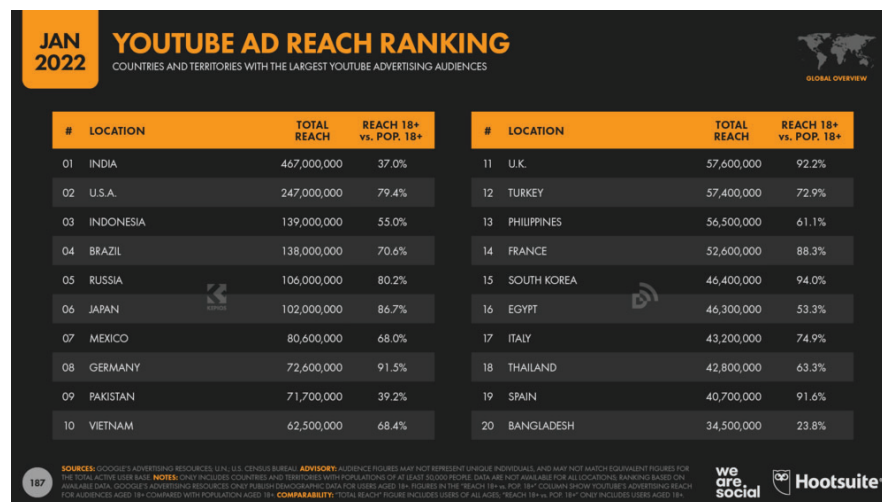
Dilansir dari laman *We Are Social* per Oktober 2022 jumlah pengguna internet di dunia mencapai 5,07 miliar atau sekitar 63.5% dari total populasi di dunia. Dapat dikatakan Sebagian besar penduduk dunia berkomunikasi dan mendapatkan informasi melalui internet. Menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya, untuk di periode 2021-2022 sudah ada 210,03 juta pengguna, dan jumlah tersebut meningkat sebesar 6,78% dibandingkan periode sebelumnya yang sebesar 196,7 juta pengguna. Pengguna internet di Indonesia di dominasi oleh kelompok usia 13-18 tahun dengan persentase sebesar 99,16%, sedangkan kelompok usia 19-34 tahun menempati posisi kedua dengan persentase sebesar 98,64%.

Sifat haus akan informasi menyebabkan lahirnya berbagai jenis media sosial, salah satunya yaitu YouTube. YouTube merupakan situs *video sharing* yang

berfungsi sebagai sarana untuk berbagi video secara daring. YouTube memfasilitasi penggunaannya mengunduh video yang diakses oleh pengguna lain di seluruh dunia secara gratis. YouTube menjadi salah satu platform yang populer dan memberikan kebebasan bagi individu untuk mempublikasikan dan mengakses video secara cepat dan mudah sehingga dapat menjadi informasi dan pembelajaran yang signifikan. YouTube sebagai platform media sosial memberikan pengalaman interaktif yang berbeda dibandingkan dengan media tradisional. Pengguna dapat berinteraksi dengan konten melalui fitur komentar, suka, dan membagikannya. Media sosial ini juga memberikan kemampuan bagi individu untuk menjadi pembuat konten dan menyebarkan pesan mereka sendiri.

Gambar 1.1.

Persentase Pengguna YouTube Di Tahun 2022



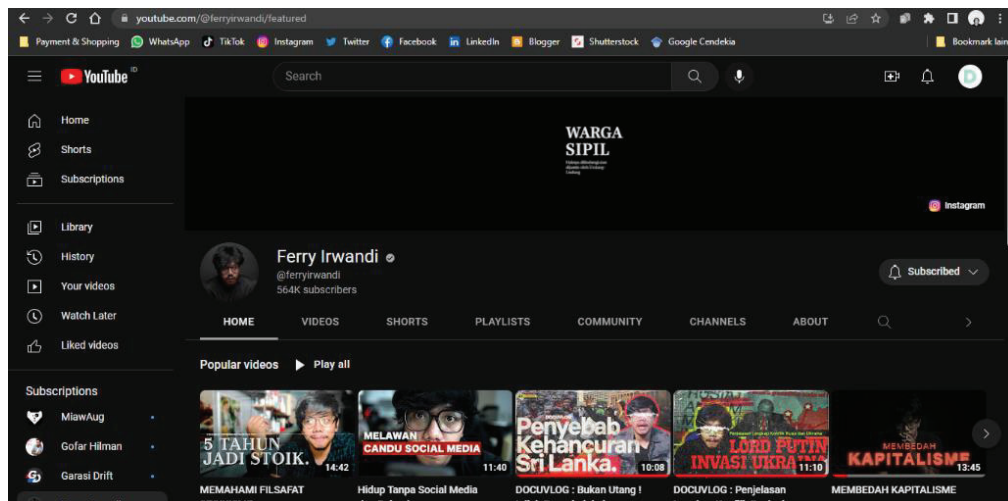
(Sumber: datareportal.com (diakses pada 21 Januari 2023))

Berdasarkan laporan yang dapat dilansir dari laman *We Are Social*, per Januari 2023 YouTube menempati posisi ke dua dengan pengguna *platform* media

sosial terbanyak dan situs *web* kedua yang banyak dikunjungi, yaitu sebesar 74.8 miliar pengguna. Di Indonesia, menurut survei Data Indonesia per Januari 2022 Indonesia menempati posisi ketiga jumlah pengguna YouTube terbanyak yaitu sebesar 127 juta pengguna, dan pangsa pasar YouTube di Indonesia mencapai 21,42% per April 2022.

Gambar 1.2.

Channel YouTube Ferry Irwandi



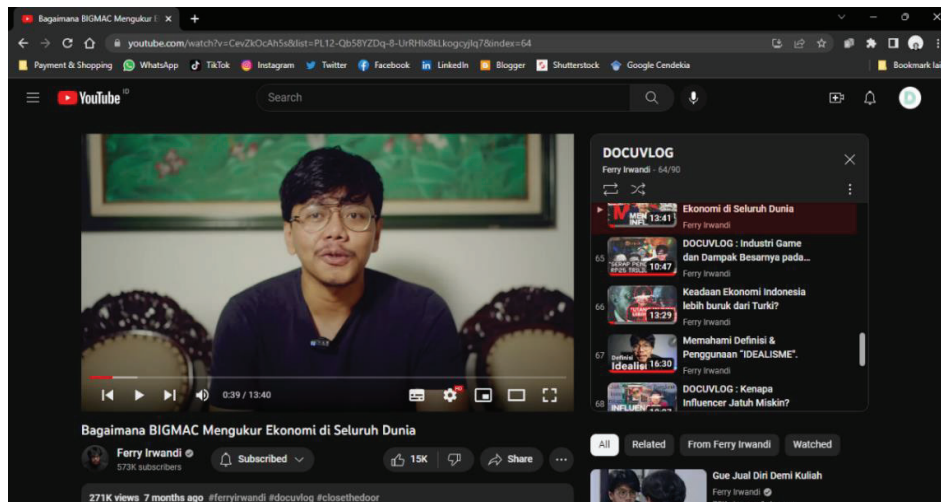
(Sumber: YouTube (diakses pada 21 Januari 2023))

Salah satu *YouTuber* atau *content creator* yang menarik perhatian peneliti adalah Ferry Irwandi. Ferry Irwandi merupakan seorang *content creator* dan juga mantan pegawai negeri sipil di Kementerian Keuangan RI sebagai Fungsional Pranata Humas Kementerian Keuangan RI. Ferry Irwandi identik membuat konten *video blog* dengan suguhan ala *storytelling* dengan sebutan *Docuvlog*. *Channel* YouTube Ferry Irwandi sudah memiliki 564 ribu *subscribers* per 29 Januari 2023.

Dalam konten tersebut, Ferry Irwandi tidak hanya menampilkan momen-momen kesehariannya, namun juga menampilkan hasil pemikiran, opini, hasil riset, dan sudut pandangnya mengenai topik yang tengah dibahas. Konten yang dibuatnya menggunakan kemasan dan konsep yang sangat unik, salah satunya dengan dikemas dalam bentuk dokumenter dan menggunakan konsep pembagian bab. Dengan demikian, adanya pembagian ini mampu mempermudah penonton untuk memahami keseluruhan isi konten yang diberikan.

Gambar 1.3.

Salah Satu Konten *Docuvlog* Yang Membahas Tentang Ekonomi



(Sumber: YouTube (diakses pada 21 Januari 2023))

Salah satu topik pembahasan dalam konten *Docuvlog* yaitu membahas tentang ekonomi. Dengan durasi kurang lebih 10 sampai 20 menit, Ferry Irwandi memaparkan hasil pemikiran, hasil riset, opini, dan sudut pandangnya mengenai isu atau fenomena yang berkaitan dengan ekonomi. Konsep yang digunakan oleh Ferry

Irwandi mampu mempermudah penonton untuk memahami dan menarik minat dalam mempelajari lebih tentang ekonomi.

Beberapa tahun terakhir Indonesia mengalami beberapa fenomena atau peristiwa yang berhubungan dengan ekonomi seperti investasi, maraknya *binary option*, *bitcoin*, penggunaan *Non-Fungible Token* (NFT), gelaran G20 di Bali, dan gaduhnya ancaman resesi global di tahun 2023. Menurut Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, di tengah ekonomi global dinilai sedang tidak baik-baik saja. Ekonomi Indonesia mampu tumbuh stabil di atas 5 persen sepanjang tahun 2022 dan *International Monetary Fund* (IMF) menyebut negara Indonesia sebagai *bright spot in the dark* dan dapat keluar dari resesi.

Perekonomian di Indonesia diprediksi akan menjadi terbesar keempat di dunia pada tahun 2045. Pemerintah sedang merancang strategi-strategi untuk bergerak menuju pembangunan ilmu pengetahuan dan inovasi sebagai pilar perkembangan ekonomi. Ekonomi berbasis pengetahuan didasarkan atas produksi, diseminasi, dan penggunaan ilmu pengetahuan untuk meningkatkan pertumbuhan dan pembangunan. Menurut *World Bank*, ekonomi berbasis pengetahuan yang sukses dibangun dari kebijakan publik yang mendukung sains, teknologi, inovasi, riset, pendidikan, dan pembelajaran sepanjang masa.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, terdapat masalah yaitu kurangnya perasaan antusias belajar ekonomi di kalangan generasi muda. Dalam tayangan YouTube Ferry Irwandi membahas tentang ekonomi beserta fenomenanya. Masalah tersebut diduga disebabkan oleh atensi di kalangan generasi muda yang di

mana ketertarikan terhadap tayangan yang membahas tentang ekonomi masih kurang diminati.

Survei yang dilakukan sebelumnya oleh Bank Indonesia pada tahun 2020, di mana hasil dari survei tersebut literasi ekonomi masyarakat Indonesia hanya sebesar 16,2% angka tersebut masih dinilai rendah. Salah satu faktor yang menyebabkan rendahnya literasi ekonomi di Indonesia yaitu rendahnya literasi digital yang dimiliki oleh masyarakat. Menurut survei yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Indonesia, meskipun didominasi oleh kalangan generasi muda tetap tingkat literasi digital di Indonesia masih dinyatakan rendah.

Namun berdasarkan studi-studi sebelumnya, menunjukkan bahwa media sosial termasuk YouTube memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengetahuan, sikap, dan perilaku generasi muda. Penelitian yang dilakukan Weber (2017) menemukan bahwa generasi muda cenderung mencari informasi melalui platform media sosial seperti YouTube dalam rangka memperoleh pemahaman tentang berbagai topik.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Johnson (2018) mengungkapkan bahwa YouTube menjadi sumber informasi utama bagi generasi muda dalam mencari pengetahuan tentang topik-topik tertentu. Generasi muda memilih konten yang menarik, interaktif, dan mudah dipahami. Dalam konteks ini, tayangan YouTube Ferry Irwandi yang menyajikan konten mengenai ekonomi dengan gaya

penyajian yang menarik dapat mempengaruhi minat belajar ekonomi di kalangan generasi muda.

Generasi muda seringkali memiliki minat dan kecenderungan belajar yang tinggi mengenai suatu hal ataupun topik yang relevan dengan kehidupan mereka. Mereka cenderung mencari informasi dan konten yang menarik di platform media sosial seperti YouTube. Dalam konteks ini terpaan tayangan YouTube Ferry Irwandi dapat memberikan peluang untuk meningkatkan minat belajar ekonomi di kalangan generasi muda melalui pengalaman belajar yang menarik dan mudah diakses.

Berdasarkan uraian di atas memberikan suatu gambaran bagi peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul “Hubungan Terpaan Tayangan YouTube Ferry Irwandi Dengan Minat Belajar Ekonomi Di Kalangan Generasi Muda”.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah “Apakah ada hubungan terpaan tayangan YouTube Ferry Irwandi dengan minat belajar ekonomi di kalangan generasi muda?”

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada identifikasi masalah di atas, tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis hubungan terpaan tayangan YouTube Ferry Irwandi dengan minat belajar ekonomi di kalangan generasi muda.

1.3.2. Kegunaan Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan ini diharapkan mampu memberi kegunaan baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1) Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang ilmu komunikasi, komunikasi massa, media baru dan media sosial dan dapat dijadikan sebagai acuan penelitian selanjutnya.

2) Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan berguna sebagai referensi penelitian yang sejenis untuk penelitian-penelitian yang akan datang dan bisa memberikan inovasi yang baru mengenai topik yang diangkat pada penelitian selanjutnya.